

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Aziz, A A.(2020).Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa. *Jurnal Acta Psychologia*. 2(2). 92-107
- Amalia, N. (2016). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Naskah Publikasi*, Falkutas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Amaliya, L., & Setiaji, K. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status osial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 835–842.
- Andarwati, S.R & Sankarto, B.S.(2005).Pemenuhan kepuasan penggunaan internet oleh peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor.*Jurnal Perpustakaan Pertanian*.14(1). 9.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180.
- Anjani, S. & Irwansyah.(2020). Peranan Influencer dalam mengkomunikasikan pesan di media sosial instagram (the role of social media influencers in communicating messages using Instagram). *Polyglot: Jurnal Ilmiah*.16(2).203 – 229.DOI: dx.doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929
- Apjii.(2016).Survei Internet APJII 2016. Retrieved 24 Oktober 2016 from 11 agustus2020.Website:<https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>
- Apriliana, N. S., & Utomo, E. P. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*,13(2),179–190.<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk penelitian dan skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Artledia, Sihotang. (2009). Hubungan antara Konformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja. Skripsi. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar .

- Baron, R.A., & Byrne, D. (2005). Psikologi sosial. Edisi kesepuluh: jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Bramantya, W. (2015). Konformitas dan Identitas Sosial Pemuda Dayak Kenyah yang Bertato di Samarinda. *Journal Psikologi*, 3(3), 611–620. Retrieved from [ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id)
- Bruns, I. (2018). ‘Trust’ and ‘perceived authenticity’ in social media driven influencer marketing and their influence on intentions-to-buy of 18-24-years-olds in Ireland. [Master's thesis, Dublin Business School]. Retrieved from <https://esource.dbs.ie/handle/10788/3536>
- Cahya, I.(2020). Nasib Raksasa Media Sosial Kala Pandemi, Pengguna Naik Namun Iklan Turun. Retrieved 15 Mei 2020 from 4 Mei 2020. website: <https://www.merdeka.com/teknologi/nasib-raksasa-media-sosial-kala-pandemi-pengguna-naik-namun-iklan-turun.html?page=3>
- Carra, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>.
- CNN. (2018). Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif. Retrieved 10 September 2019 from 19 april 2018. website: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>.
- Credit Karma. (2018). Nearly 40% of millennials overspend to keep up with friends. Retrieved 10 September 2019 from 5 april 2018. website: <https://www.creditkarma.com/insights/i/fomo-spending-affects-one-in-four-millennials/>.
- Culnan, Mary & McHugh, Patrick & Zubillaga, Jesus. (2010). How Large U.S. Companies Can Use Twitter and Other Social Media to Gain Business Value.. *MIS Quarterly Executive*. 9. 243-259.
- Edwin.(2018). Media Sosial Bikin Konsumtif? Ini dia alasannya.Retrieved 12 november 2019 from 27 Agustus 2018 . website: <https://loan.kreditpintar.com/blog/alasan-media-sosial-bikin-konsumtif/>.
- Elli, D. M. (2017). The phenomenon and rise of influencer marketing and how it affect customer opinion and helps or damages brands [Doctoral dissertation, International Hellenic University]. Retrieved from <https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/handle/11544/29197>.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits Of Facebook “Friends.” Social Capital And College Students Use Of Online Social

Network Sites. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12 (4), 1143-1168

Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2357953s>.

Fitriyah, K. (2016). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang. *Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang*.

Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>

Ghozali, I. (2006). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gosling, S. D., Vazire, S., Srivastava, S., & John, O. P. (2004). Should We Trust Web-Based Studies? A Comparative Analysis of Six Preconceptions About Internet Questionnaires. *American Psychologist*, 59(2), 93–104. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.2.93>

Hadi, S. (1994). Metodologi Research 1. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.

Handikasari, R.H., Jusup, I., & Johan, A. (2018). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Gejala Depresi Mahasiswa Kedokteran (Studi Pada Mahasiswa Kedokteran Tingkat Akhir Yang Menggunakan Kurikulum Modul Terintegrasi). *Jurnal Kedokteran Diponegoro*, 7(2), 919-934.

Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*. 11(1). 5–11.

Hidayatun, U. (2015). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Jogjakarta . *E-Journal Bimbingan dan Konseling*. 4(10).

Horrigan, John B. (2000). New Internet Users: What They do Online, What They Don't and Implications for the Net's future. *Journal Pew Internet and American Life Project*. Melalui <http://www.pewinternet.org>.

Hurlock, B. E. (2002). Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Erlangga.

- Jannah, M. (2017). Remaja Dan Tugas-Tugas Perkembangannya Dalam Islam. *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 1(1), 243–256. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i1.1493>
- Jenskin-Guarnieri, M., Wright, S., & Johnson, B. (2013). Development and Validation of a Social Media Use Integration Scale. *Psychology of Popular Media Cultrure*. 2, 38-50.
- Jogiyanto. (2008). Pedoman Survei Kuesioner. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kadeni & Srijani, N. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61-70. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kompas. (2018). Ketika orang Indonesia Lebih Senang Belanja Online. Retrieved 28 Oktober 2019 from 13 Oktober 2014 website: <https://ekonomi.kompas.com/read/2014/10/13/084300126/Ketika.Orang.Indonesia.Lebih.Senang.Belanja.Online?page=all>
- Kompas.(2020). Mengenal Impulsive Buying, Kebiasaan Boros yang Dapat Direm Saat Pandemi.Retrieved 11 April 2020 from 27 Mei 2020.Website : <https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/27/181100765/mengenal-impulsive-buying-kebiasaan-boros-yang-dapat-direm-saat-pandemi?page=all>.
- Lina & Rosyid, H.F.(1997).Perilaku Konsumtif berdasarkan Locus Of Control pada Remaja Putri.Jurnal Psikologika.4(2). 5-13. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Mangkunegara, A P. (2012). Perilaku Konsumen : edisi revisi. Bandung: PT Refika Aditama
- Manjasari, F. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.Psikosains (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi), 12(1), 9 - 20.
- Miranda, S., & Lubis, E.E. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fisip*.4(1). 1–15.

- Monks, F.J & Haditono, S. R. (2006). Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya. Yogyakarta : UGM Press
- Mustika, W. F., & Astiti, D. P. (2017). Gambaran Pengambilan Keputusan Remaja Putri dalam Perilaku Belanja Online. *Jurnal Psikologi Udayana*.4(2).379–389.
- Nah, F., Eschenbrenner, B. & DeWester, D.(2011). Enhancing Brand Equity Through Flow and Telepresence: A Comparison of 2D and 3D Virtual Worlds. *MIS Quarterly*. 35. 731-747.
- Nastiti, D. A. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Di Smk Negeri 1 Samarinda. *Jurnal Psikoborneo*, 5(4), 792–801.
- Nova. (2019). Hasil Survei Shopback: Rata-Rata Orang Indonesia Habiskan 2 Jutaan untuk Belanja Online Akhir Tahun. Retrieved 30 September 2019, from 6 september 2019 website: <https://nova.grid.id/read/051842149/hasil-survei-shopback-rata-rata-orang-in-donesia-habiskan-2-jutaan-untuk-belanja-online-akhir-tahun?page=all>
- Nurmalasari, F., Roslan, S. dan Upe, A. (2019). Konstruksi Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Pelajar SMA Negeri 4 Kendari. *Jurnal Neo Societal*, 4(3), 827–843.
- Paramitasari, R., & Alfian, I. N. (2012). Hubungan antara Kematangan Emosi dengan Kecenderungan Memafkan pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 1(02), 1–7. Retrieved from [http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/110511131\\_1v.pdf](http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/110511131_1v.pdf)
- Patardo, H.(2020). Trafik media sosial meningkat selama masa pandemi corona. Retrieved 18 April 2020, from 27 Maret 2020 website: <https://www.tek.id/tek/trafik-media-sosial-meningkat-selama-masa-pandemi-corona-b1ZJU9hu4>
- Priyatno, D. (2016). Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Putri, H. S., & Indrawati, E. S. (2016). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Di Sma Semesta Semarang. *Jurnal Empati*, 5(3), 503–506.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>

- Rahmayanthi Z, R. (2017). Konformitas Teman Sebaya dalam Perspektif Multikultural. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*, 1(1), 71–82. <https://doi.org/10.17509/jomsign.v1i1.6052>
- Ristiana, U. (2018). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal Siswa SMAN 1 Depok Sleman D.I Yogyakarta. *Jurnal Transformatif*, 2, 170-186.
- Santrock, John W., (2008). Psikologi Pendidikan, Edisi Kedua. Jakarta: Kencana.
- Sarwono, Sarlito W.(2005). Psikologi Sosial (Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan). Jakarta: Balai Pustaka.
- Shahnaz, N. D. (2018). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dalam berinteraksi terhadap tingkat keeratan hubungan pertemanan. Naskah Publikasi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sipunga, P. N., & Muhammad, A. H. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja di Tinjau dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 3(1), 69–76.
- Snapcart. (2018). Shopping Behavior in The Indonesian E-commerce Market 2018. Retrieved 27 September 2019 from 23 oktober 2018 website: <https://snapcart.global/shopping-behavior-in-the-indonesian-e-commerce-market-2018/>
- Song, G., Ma, Q., Wu, F., & Li, L. (2012). The psychological explanation of conformity. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 40(8), 1365–1372. <https://doi.org/10.2224/sbp.2012.40.8.1365>
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sukmaraga, I.G.B.G.(2018).Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Materialisme pada remaja. Skripsi Falkutas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona:Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02), 145–152. <https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>
- Tempo.co. (2017). Mensos: Belanja Online Sumbang Sifat Konsumtif Masyarakat. Retrieved 27 September 2019, from 19 februari 2017 website:

<https://nasional.tempo.co/read/848126/mensos-belanja-online-sumbang-sifat-konsumtif-masyarakat/full&view=ok>

Tubb, S. & Moss, S.(1983). Human Communication fourth edition. United States: Random House Inc.

Voi.id.(2020).Trafik Pengguna Media Sosial Naik 40 Persen Selama Pandemi Corona. Retrieved 18 April 2020, from 31 Mar 2020 website: <https://voi.id/teknologi/4227/trafik-pengguna-media-sosial-naik-40-persen-se-lama-pandemi-corona>

Wahidin, D.(2014). Pola Konsumtif Remaja di Mal Sebagai Bentuk Refleksi Gaya Hidup. Dalam <http://www.siperubahan.com/read/626/Pola-Konsumtif-Remaja-di-Mal-Sebagai-Bentuk-Refleksi-Gaya-Hidup>. Di akses pada tanggal 27 Oktober 2019. (Artikel Online)

Wardhani, M.D.(2009). Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada remaja putri. Skripsi Prodi Psikologi, Universitas Sebelas Maret

Wati, H.(2019). Pengaruh Selebgram sebagai Celebrity Endorsement terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Sosietas Jurnal Pendidikan Sosiologi*. 9 (2).722-727

We are sosial. (2019). Digital 2019: Global Internet Use Accelerates – We Are Social. Retrieved 10 September 2019, from 30 Januari 2019 website: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerate>

Wedhaswary, I. D.(2020). Siapa yang Kalap Belanja Online Selama di Rumah Saja? Ini Cara Mengendalikannya. Retrieved 26 Juni 2020, from 05 Juni 2020.Website:<https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/05/070200365/siapa-yang-kalap-belanja-online-selama-di-rumah-saja-ini-cara?page=all>.

Wibowo, B. S. (2018). Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas Dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa. *JBTI : Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.18196/bti.91095>

Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 41–49.

Windayani, S., & Astiti, D. (2020). Peran konformitas dan gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Kota Denpasar. *Jurnal*

Psikologi Udayana, , 96-108. Retrieved from  
<https://ocs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/63513>

Windayanti, N., & Supriyadi, D. (2019). Hubungan antara citra tubuh dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Udayana. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(01), 96-108. doi:10.24843/JPU.2019.v06.i01.p10

Yuliantari, Made indah & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir di Kota Denpasar . *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89–9